



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO
UNIDADE ACADÊMICA DE SERRA TALHADA
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

JOÃO ANTONIO NOGUEIRA NETO

**MOTIVAÇÃO COMO FATOR DE PRODUTIVIDADE: UM ESTUDO DE CASO
EM UMA EMPRESA DE MATERIAL DE CONSTRUÇÃO NA CIDADE DE
SERRA TALHADA-PE**

SERRA TALHADA - PE

2020

JOÃO ANTONIO NOGUEIRA NETO

**MOTIVAÇÃO COMO FATOR DE PRODUTIVIDADE: UM ESTUDO DE CASO
EM UMA EMPRESA DE MATERIAL DE CONSTRUÇÃO NA CIDADE DE
SERRA TALHADA-PE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Bacharelado em Administração da Unidade Acadêmica de Serra Talhada da Universidade Federal Rural de Pernambuco como parte dos requisitos para a obtenção do título de Bacharel(a) em Administração.

Orientador(a): Me. Leonardo Rodrigues Ferreira

SERRA TALHADA - PE

2020

JOÃO ANTONIO NOGUEIRA NETO

**MOTIVAÇÃO COMO FATOR DE PRODUTIVIDADE: UM ESTUDO DE CASO EM
UMA EMPRESA DE MATERIAL DE CONSTRUÇÃO NA CIDADE DE SERRA
TALHADA-PE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso de Bacharelado em Administração da
Unidade Acadêmica de Serra Talhada da
Universidade Federal Rural de Pernambuco como
parte dos requisitos para a obtenção do título de
Bacharel(a) em Administração.

Aprovado em 23 / 10 / 2020

BANCA EXAMINADORA

Prof.(a) Orientador(a)

Me. Leonardo Rodrigues Ferreira – UFRPE/UAST

Prof.(a) Examinador 01

Me. Luiz Cláudio Ribeiro Machado – UFRPE/UAST

Prof.(a) Examinador 02

Me. Jailson Santana Carneiro – UFRPE/UAST

Serra Talhada

2020

MOTIVAÇÃO COMO FATOR DE PRODUTIVIDADE: UM ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA DE MATERIAL DE CONSTRUÇÃO NA CIDADE DE SERRA TALHADA-PE

João Antonio Nogueira Neto
nogueiranetox@gmail.com

Universidade Federal Rural de Pernambuco, Unidade Acadêmica de
Serra Talhada, Curso de Bacharelado em Administração

Me. Leonardo Rodrigues Ferreira
lrferreira.adm@gmail.com

Universidade Federal Rural de Pernambuco, Unidade Acadêmica de
Serra Talhada, Curso de Bacharelado em Administração

RESUMO

Este artigo foi realizado com o objetivo de analisar como a motivação no ambiente de trabalho pode mudar o cenário de uma empresa. A pesquisa foi realizada com os colaboradores de uma empresa no ramo de material de construção de Serra Talhada-PE, a fim de ressaltar a importância que a motivação proporciona no ambiente organizacional e quais mudanças impactam em seu cenário. Mostrando as mudanças em várias esferas que a motivação ou a falta dela traz para o ambiente de trabalho, tanto as melhorias que podem acontecer como também os problemas que a organização pode enfrentar na ausência da motivação da parte de seus colaboradores. Além disso, este artigo ainda traz os fatores que influenciam para que os colaboradores se sintam motivados em exercercerem suas funções, como também os fatores contrários, que contribuem para que os mesmo se sintam desmotivados. A partir de tais obeservações, foi possível constatar que é necessário que haja incentivos motivacionais e que proporcionem maior satisfação para que os colaboradores venham a se sentirem motivados e por consequência venham a produzir mais e melhor. E a metodologia deste trabalho foi pesquisa de campo de narureza qualitativa.

Palavras-chave: Motivação. Satisfação no trabalho. Produtividade.

ABSTRACT

This article was carried out with the aim of analyzing how motivation in the workplace can change the scenario of a company. The research was carried out with the employees of a company in the construction material sector of Serra Talhada-PE, in order to highlight the importance that motivation provides in the organizational environment and what changes impact its scenario. Showing the changes in various spheres that motivation or lack of it brings to the work environment, both the improvements that can happen as well as the problems that the organization can face in the absence of motivation on the part of its employees. In addition, this article also presents the factors that influence employees to feel motivated to exercise their functions, as well as the opposite factors, which contribute to them feeling unmotivated. From these obeservações, it was possible to verify that it is necessary that there are motivational incentives and that provide greater satisfaction so that employees will feel motivated and consequently will produce more and better. And the methodology of this work was field research of qualitative nature.

Keywords: Motivation. Job satisfaction. Productivity.

1 INTRODUÇÃO

Ao fazer uma análise de qualquer empresa, geralmente é perceptível a presença do Departamento Pessoal (DP) e/ou Recursos Humanos (RH), setor responsável por várias atividades: desde a seleção e recrutamento dos colaboradores, até a Segurança do Trabalho, atração de desenvolvimento de talentos, saúde ocupacional, entre outras. Esse último, Saúde Ocupacional, está relativamente ligado ao tema deste artigo. Uma vez que a saúde dos colaboradores é essencial para uma maior motivação e por consequência maior rendimento e produtividade de seus esforços na organização.

Atualmente muitas empresas investem bastante em planejamento estratégico, treinamento e recursos que visem o crescimento da organização, porém não é o mesmo que acontece nos investimentos em recursos que contribuam para que o colaborador se sinta motivado. Sendo que qualquer investimento em sistema, equipamento ou material dependem de colaboradores, além de capacitados, que estejam motivados e determinados a cumprirem com eficiência e eficácia as suas atividades, ou seja, é importante investir no capital humano para que os mesmos se sintam aptos o suficiente para exercerem suas atividades com maior produtividade possível, mesmo que seja no manuseio de máquinas e sistemas.

Mas o que é a motivação e como ela acontece no ambiente de trabalho? Segundo Pinder (1998 apud CUNHA et al., 2006, p. 123), “a motivação no trabalho é um conjunto de forças energéticas que têm origem quer no indivíduo, quer fora dele, e que moldam o comportamento de trabalho, determinando a sua força, direção, intensidade e duração”.

Ou seja, a motivação é necessária e determinante na ação do indivíduo para assim melhorar e tornar menos árduo a execução de suas tarefas dentro do ambiente de trabalho, tornando assim, prazerosa e com maior eficácia e eficiência. Uma vez que a motivação contribui constantemente na força e na inspiração do colaborador melhorando suas habilidades e aumentando seu rendimento profissional.

O presente artigo baseia-se na seguinte problemática: como a motivação no ambiente de trabalho pode gerar uma maior produtividade para a organização? Tendo como objetivo geral: analisar como a motivação no ambiente de trabalho pode mudar o cenário de uma empresa. E objetivos específicos: Identificar quais fatores contribuem para um ambiente organizacional motivador; Verificar como os fatores motivacionais influenciam no ambiente organizacional; e Investigar o nível de satisfação dos colaboradores da referida empresa.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 CONCEITOS DE MOTIVAÇÃO

Segundo Aurélio (1999, p. 327) motivação “é o ato de motivar; exposição de motivos ou causas; conjunto de fatores psicológicos, conscientes ou não, de ordem fisiológica, intelectual ou afetiva, que determinam um certo tipo de conduta em alguém.” Nesse caso, é importante observarmos a motivação, como também, sendo uma consequência de motivos e causas que impulsionam o indivíduo a determinada ação. Em outras palavras, é a ação inspiradora que determina a intensidade em realizar tais objetivos.

“A motivação é encarada como uma espécie de força interna que emerge, regula e sustenta todas as nossas ações mais importantes. Contudo, é evidente que motivação é uma experiência interna que não pode ser estudada diretamente” (Vernon, 1973, p.11). Tal como um estudo abstrato do ser humano, no qual, condizem especificidades que variam de indivíduo para indivíduo.

Ferguson (1976, p. 3) também diz que:

Motivação, como muitos outros conceitos na psicologia, não é facilmente delimitado. Inferimos que 'uma pessoa está motivada' com base em comportamentos específicos que a pessoa manifesta ou com base em eventos específicos que observamos estarem ocorrendo.

Ferguson, assim como Vernon, também enxerga a motivação como aspectos que são relativos, que variam tanto de cada ser, como de eventos que impulsionam a realização de seus objetivos. Outro aspecto comum entre a definição de cada um é a complexidade no estudo e análise psicológica e comportamental da motivação em cada ser.

“A motivação é o processo responsável pela intensidade, direção e persistência dos esforços de uma pessoa para o alcance de uma determinada meta” (ROBBINS, 2005, p. 132). O autor supracitado aponta esses três fatores (intensidade, direção e persistência) como os principais pilares formadores da motivação. Intensidade como o nível de força ou desejo despertado pelo indivíduo em busca de seu objetivo; a direção a ser seguida, ou seja, o caminho a percorrer, pois a motivação sempre surge com o porquê; e a persistência. Duração necessária para o alcance dos objetivos previstos.

Segundo Chiavenato (1994): “a motivação é o desejo de exercer altos níveis de esforço em direção a determinados objetivos organizacionais, condicionados pela capacidade de satisfazer objetivos individuais”.

Steers e Porter (2003, p. 4) afirmam que a motivação “é uma cadeia de eventos baseados no desejo de reduzir um estado interno de desequilíbrio tendo como base a crença de que certas ações deveriam servir a esse propósito”.

Ou seja, de forma geral, podemos observar que a motivação se resume em torno de impulsionar o indivíduo de acordo com motivos específicos. Como tal, pressupomos a importância da motivação para o nosso dia a dia e de como dependemos dela, desde a realização de pequenas tarefas até ao planejamento e a execução de grandes metas. Desta forma, diariamente, a motivação deve estar presente também no ambiente de trabalho, sendo como impulso para a realização de tarefas corriqueiras.

2.2 MOTIVAÇÃO INTRÍNSECA E EXTRÍNSECA

De acordo com Deci, Ryan (1985, p.66), "a teleologia da motivação intrínseca envolve fazer uma atividade por si mesma, isto é, por seu interesse inerente e pelos afetos e cognições espontâneos que a acompanham". Estar intrinsecamente motivado é ter inspiração interna para exercer determinada tarefa. É fazer por simplesmente gostar e sentir prazer, como por exemplo, um colaborador que se sente motivado em trabalhar no setor de tintas em um depósito, simplesmente por gostar de tintas.

Segundo Deci, Ryan (1985, p.32),

A motivação intrínseca é baseada nas necessidades naturais do organismo para competência e autodeterminação. Ela energiza uma grande variedade de comportamentos e processos psicológicos para os quais as recompensas primárias são experiências de eficiência e autonomia. As necessidades intrínsecas para competência e autodeterminação motivam um processo progressivo de buscar a conquista de desafios ótimos.

O IBC Coaching (Instituto Brasileiro de Coaching), define a Motivação Intrínseca da seguinte forma:

Também conhecida como Motivação Interna, esse conceito está relacionado à força interior que é capaz de se manter ativa mesmo diante de adversidades. Este tipo de combustível se relaciona aos interesses individuais e que podem ser alterados apenas por escolha da pessoa. Geralmente, a motivação interna está associada a metas, objetivos e projetos pessoais que estimulam o indivíduo a acordar todos os dias, enfrentar o trânsito e se dedicar a horas intensas de trabalho. Este é um tipo de sentimento que está presente na maioria das pessoas, pois é o que gera força para estar em movimento.

A Motivação Intrínseca, além de estar associada à energia interior que nos leva a realização de nossos objetivos, também estar fortemente ligada ao desejo e prazer por exercer as funções no ambiente de trabalho. Fazendo assim com que a empresa atinja uma maior produtividade.

A motivação extrínseca, Deci e Ryan (2000) afirmam que ela diz respeito à execução de determinada tarefa, não pelo desejo em si pela tarefa, mas sim, por fatores externos que

as rodeiam. Ou seja, visando os resultados externos. Quando o indivíduo não age por inspiração própria ou internamente, mas depende de fatores ou participação de terceiros o mesmo está atuante em uma situação, motivação extrínseca.

O IBC Coaching (Instituto Brasileiro de Coaching) vai dizer que:

Também conhecida como Motivação Externa, o termo está conectado ao ambiente, às situações e aos fatores externos. As premiações de campanhas para a equipe comercial ou o bônus oferecido para vendedores que alcançarem determinado valor de faturamento, são bons exemplos. No ambiente corporativo, o clima organizacional, as atividades diversificadas, os treinamentos de aprimoramento e outros benefícios se destacam como formas eficientes de estímulo externo. Elas contribuem para manter o quadro de funcionários comprometido e produtivo. Este tipo de incentivo é uma maneira de ajudar as pessoas a se manterem engajadas e ainda serve como um fator complementar.

Ou seja, ao contrário da Motivação Intrínseca, a Motivação Extrínseca se refere aos fatores externos que fazem com que o indivíduo se sinta motivado a exercer tal tarefa. Um colaborador que exerce sua função com anímo pensando na premiação por meta atinjada é um exemplo da Motivação Extrínseca.

2.3 FATORES QUE CONTRIBUEM PARA A MOTIVAÇÃO NO AMBIENTE DE TRABALHO

Conforme Spector (2005), “as teorias de motivação no trabalho normalmente se preocupam mais com as razões do que com as habilidades que levam certos indivíduos a realizar suas tarefas melhor do que outros”. Uma vez que sabendo os motivos que levam os colaboradores a exercerem tais funções, pode ser mais relevante do que as próprias habilidades. Através da identificação desses sinais é possível que haja uma maior eficácia na direção do colaborador a sua função mais adequada.

Da mesma forma que para Gil (2007), “diversas teorias sobre motivação partem do pressuposto de que, mediante oportunidades e estímulos adequados, os colaboradores passam a trabalhar com maior motivação e entusiasmo, logo, espera-se dos gerentes que saibam quais são esses estímulos”.

De responsabilidade organizacional existem algumas medidas que podem e devem ser adotadas para que contribua para que o colaborador se sinta motivado.

Bárbara (2017) aponta algumas medidas importantes que estimulam o colaborador:

- **Liderança:** o papel do líder passa a incluir novos desafios, como o de repassar aos funcionários a visão empresarial, direcionar a informação, estimular a criatividade e a iniciativa, ou seja, ser um facilitador das ações. O perfil desejado para um líder coerente com os valores de cooperação enfatizados pelo endomarketing é aquele que trabalha com o

grupo e para o grupo, que toma decisões democráticas, que divide responsabilidades, delega poderes, dialoga e ouve;

- **Segurança e estabilidade no trabalho:** segundo uma pesquisa realizada pela Quartz, a insegurança no trabalho aumenta em 50% as chances de um colaborador adoecer. A pesquisa ainda aponta que o medo de perder o emprego está no topo da lista de fatores mais estressantes para os colaboradores;
- **Comunicação:** a troca de informações permite alinhar objetivos, valores e ações a serem tomadas estrategicamente por uma empresa. Comunicar com transparência possibilita mostrar ao colaborador o real significado de seu papel e o impacto que seus esforços trazem para a empresa, dois fatores chave para alcançar o engajamento. Além disso, uma das principais práticas para motivar as pessoas no ambiente de trabalho é a realização do feedback;
- **Expectativas de crescimento:** este fator é caracterizado pela vontade que um indivíduo tem de atingir seu potencial, de crescer e se desenvolver tanto pessoalmente quanto profissionalmente. Não ter espaço para esse tipo de crescimento, faz com que muitos colaboradores deixem de enxergar motivos para permanecer em uma empresa. É necessário estimular o colaborador a desenvolver cada vez mais suas habilidades e competências a fim de alcançar a satisfação profissional;
- **Metas:** as metas podem alavancar a motivação dos colaboradores desde que sejam trabalhadas e orientadas a um destino que faça sentido. Por outro lado, metas inatingíveis desmotivam e tiram a credibilidade daqueles que a definem por apontar um objetivo que não é alcançável com os recursos disponíveis. Por isso, traçar metas, dando espaço para sugestões e se atentando às necessidades, contribui com o sucesso do projeto e alcance de resultados;
- **Reconhecimento:** o reconhecimento pode vir tanto pelo feedback da liderança, quanto por ações internas ou promoções. O reconhecimento é essencial para que o colaborador saiba que seu trabalho é importante para a organização. Fazendo assim com que o mesmo se sinta motivado a continuar exercendo suas tarefas da melhor forma possível. É importante que todos os gestores e líderes tenham empatia e consigam se colocar no lugar dos seus subordinados, elogie os bons comportamentos e o trabalho que foi realizado até ali. Principalmente se houve cumprimento de metas;
- **Relacionamento Interpessoal:** ter uma boa relação com as pessoas no trabalho possibilita a criação de laços de amizade e garantem a melhora do convívio no ambiente de trabalho. Um ambiente sem harmonia e com constantes conflitos interpessoais cria diversas barreiras

e se torna um dos fatores de maior estresse no dia a dia, acabando com a motivação de qualquer profissional.

Todas essas medidas são essenciais para que se construa um ambiente motivado. E é importante que os líderes e gestores estejam em constante estudo do comportamento, como também desses fatores em relação aos seus colaboradores. Para que assim venham a tomar sempre as decisões mais acertivas quanto à implementação de melhorias para seus colaboradores.

2.4 DESMOTIVAÇÃO NO AMBIENTE DE TRABALHO

Gil (2007) destaca que os fatores da desmotivação variam de pessoa para pessoa.

O site Gympass disponibilizou alguns fatores responsáveis pela causa da desmotivação no ambiente de trabalho.

- **Falta de suporte:** crises são desafiantes e mexem com a estrutura interna das empresas. Mesmo que o momento ruim não atinja diretamente o seu departamento, o corte de orçamento ou do capital humano muitas vezes contribui para que o clima fique ‘pesado’. É normal que os funcionários de uma empresa se sintam desamparados nessas ocasiões. Por isso, a falta de suporte é apontada como uma das maiores causas de falta de motivação no trabalho;
- **Salários baixos:** a palavra crise muitas vezes se traduz em corte de orçamento e congelamento de salários. Isso, aliado à impossibilidade de crescimento, configura-se em duas das maiores causas de insatisfação por parte dos colaboradores e, por sua vez, responsável pela falta de motivação no trabalho;
- **Impossibilidade de crescimento:** a impossibilidade de crescimento também é um dos agentes desestimulantes de uma equipe — e muitas vezes não é possível promover um colaborador em curto prazo. Descobrir o que faz um indivíduo levantar da cama e trabalhar com afinco é primordial para ajudá-lo a encontrar sentido no seu trabalho. Se a pessoa sente-se desvalorizada, os líderes podem iniciar uma política de feedback constante e de reconhecimento semanal;
- **Benefícios nada atrativos:** algumas vezes, os benefícios oferecidos pela empresa não são muito atrativos para os colaboradores. Assim, em vez de incentivá-los, ocorre o efeito contrário. Dessa forma, como dissemos no item anterior, ao identificar a natureza da motivação pessoal, é fácil traçar quais serão os melhores benefícios para eles. Ao acertar no plano de benefícios, as empresas conseguem reter talentos e manter o cotidiano da equipe mais leve;

Uma equipe desmotivada pode gerar vários impactos negativos para uma organização. Os problemas podem variar desde o mau atendimento ao cliente até o rendimento na produtividade e logística de mercadorias. É importante que as empresas estejam atentas aos fatores que desmotivam seus colaboradores a fim de evitarem.

2.5 MOTIVAÇÃO COMO FATOR DE PRODUTIVIDADE

“A motivação pode ser entendida como o principal combustível para a produtividade da empresa” (GIL, 2007, p. 201). Um colaborador com recursos necessários para proporcionar um ambiente de trabalho agradável e confortável serve como meio para que o mesmo esteja apto a dar seu melhor na organização. Devemos entender que os colaboradores são seres humanos e que os mesmos dependem de vários aspectos que os levem a exercerem suas funções com maior empenho.

Chiavenato (2002, p. 49) diz que "a grande maioria das empresas ainda trata as pessoas como meros recursos produtivos e operacionais, dentro da mesma categoria das máquinas, equipamentos, instalações e materiais". Ou seja, é importante que as organizações estejam sempre buscando evoluírem, principalmente no que diz respeito aos recursos que ajudam a proporcionarem um ambiente agradável aos seus colaboradores, pois muitas empresas direcionam seus investimentos para o marketing, tecnologia e equipamentos e acabam esquecendo de que o maior investimento é no capital humano.

Os colaboradores precisam antes de tudo serem tratados e vistos como pessoas de sentimentos e emoções, pois cada colaborador possui suas especificidades e dependem diariamente de estímulos para a realização de suas tarefas.

3 METODOLOGIA

Para construção do presente artigo foi realizado uma pesquisa exploratória descritiva de caráter qualitativo “preocupando-se em analisar e interpretar os aspectos mais profundos, descrevendo a complexidade do comportamento humano. Fornecendo análise mais detalhada sobre as investigações, hábitos, atitudes, tendências de comportamento”. (LAKATOS; MARCONI, 2004, p. 269). Para embasamento teórico, foi realizado inicialmente, revisão bibliográfica a respeito do tema abordado, como materiais principais sendo livros e artigos científicos buscados na internet. Com objetivo de "proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses. Pode-se dizer que estas pesquisas têm por objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descobertas de intuições" (GIL, 2009, p. 41).

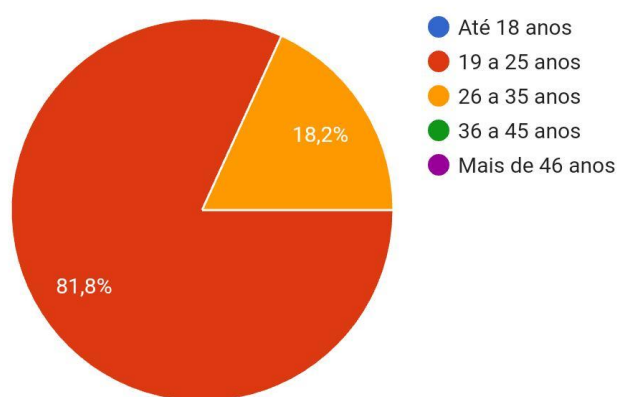
Os participantes envolvidos na pesquisa de campo, realizada no mês de Outubro de 2020, foram os colaboradores do nível operacional (auxiliares de logística e auxiliares administrativo) de uma empresa no segmento de material de construção de Serra Talhada-PE. O local de trabalho conta com um total de 20 colaboradores, todos do sexo masculino, dos quais 11 participaram da pesquisa realizada. O principal método utilizado para a coleta de dados foi o uso de um questionário virtual (Google Forms) aplicado via plataforma digital.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

O objetivo principal desta pesquisa foi analisar os fatores motivacionais e os determinantes do aumento da produtividade do setor de logística de uma empresa de material de construção de Serre Talhada-PE. Para tanto foi identificado e analisado o perfil e o nível de satisfação dos profissionais do setor, bem como, avaliado as práticas implantadas no ambiente de trabalho, envolvendo sentimento de realização, de crescimento e de reconhecimento profissional.

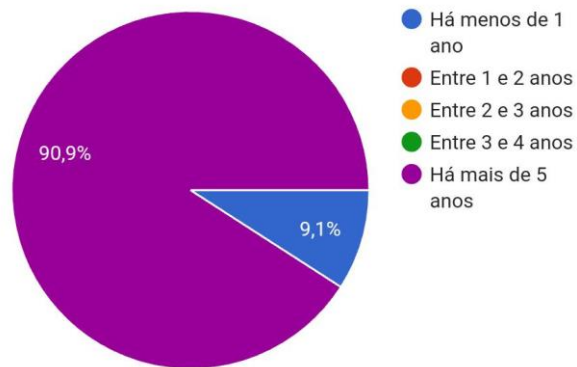
Os resultados da pesquisa serão apresentados a seguir:

Gráfico 1 – Faixa etária dos colaboradores.



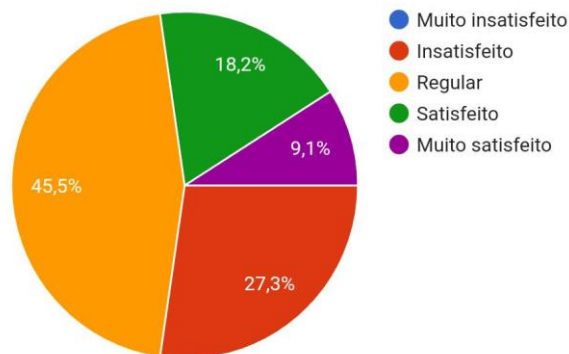
Como dados mostrados no Gráfico 1, a maioria dos colaboradores têm entre 19 e 25 anos. O equivalente a 81,8% dos colaboradores. E apenas 18,2% têm entre 26 e 35 anos.

Gráfico 2 – Tempo de trabalho na empresa



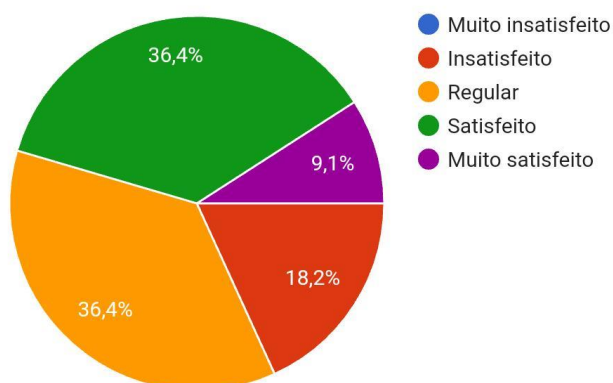
O Gráfico 2, revela que 90,9% dos colaboradores trabalham há mais de 5 anos na empresa, enquanto 9,1% estão há menos de 1 ano.

Gráfico 3 – Grau de satisfação em trabalhar na empresa



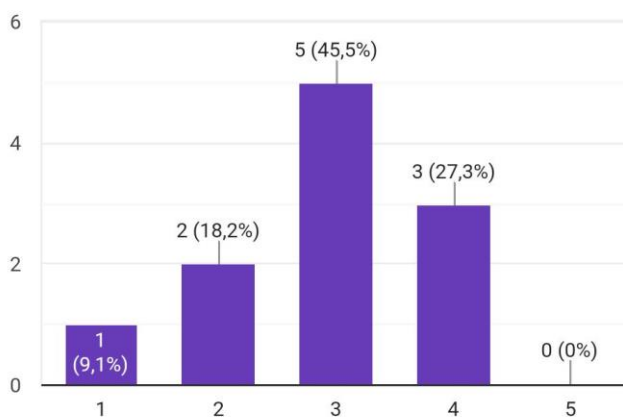
Quanto ao grau de satisfação em trabalhar na empresa, o Gráfico 3 mostra que 45,5% dos colaboradores acham regular. 27,3% estão insatisfeitos, 18,2% estão satisfeitos e somente 9,1% afirmam estarem muito satisfeitos.

Gráfico 4 – Grau de satisfação em exercer a função



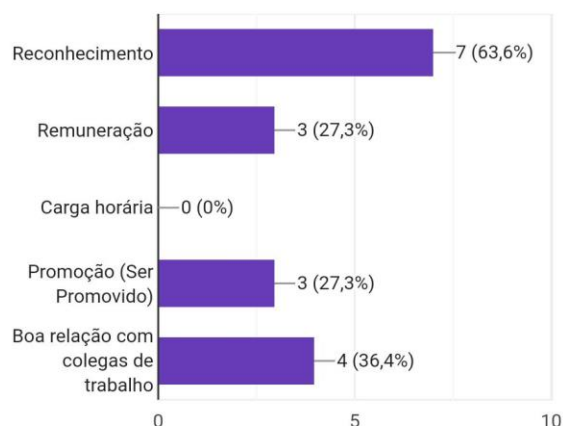
Já o Gráfico 4 se refere ao grau de satisfação dos colaboradores em exercerem a sua função. 36,4% afirmam estarem satisfeitos em sua função, e a mesma porcentagem diz achar regular. 18,2% dizem estarem insatisfeitos e apenas 9,1% afirmam estarem satisfeitos.

Gráfico 5 - Nível de Motivação



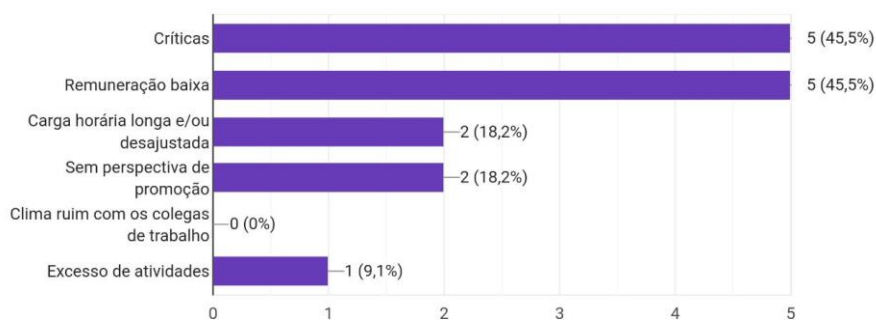
Dado uma escala de 1 a 5, os colaboradores teriam que pontuarem seu nível de motivação no ambiente de trabalho. Onde 1 seria para “não motivado” e 5 para “muito motivado”. A maioria dos colaboradores atribuiu nível 3. O equivalente a 45,5%. 27,3% atribuíram nível 4; 18,2% atribuíram 2 e somente 9,1% atribuíram 1. Ou seja, 9,1 (equivalente a 1 colaborador) afirma não se sentir motivado, e 0,0% (nenhum colaborador) se sente muito motivado.

Gráfico 6 – Fatores motivacionais



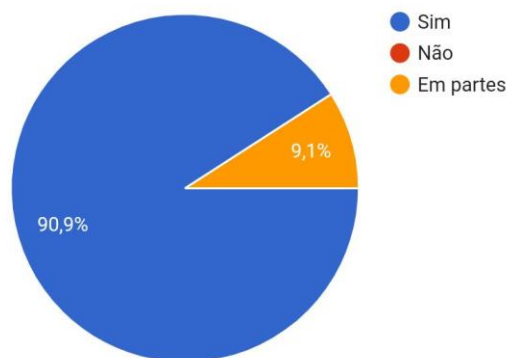
O Gráfico 6, sendo que os colaboradores poderiam marcar mais de uma opção, mostra que 63,6% enxergam o reconhecimento como o fator que mais influencia para que os mesmos se sintam motivados. Em 2ª lugar, a boa relação com os colegas de trabalho e depois remuneração e promoção, ambos com 27,3%.

Gráfico 7 – Fatores desmotivacionais



O Gráfico 7 mostra os fatores que mais desmotivam os colaboradores e a maior porcentagem foram em críticas e baixa remuneração, com 45,5% ambos. Carga horária longa e/ou desajustada e a não perspectiva de promoção tiveram 18,2% ambos. E por último, com apenas 9,1%, foi o excesso de atividades.

Gráfico 8 – Motivação como fator de rendimento



E por último, o gráfico 8 indica a percepção dos colaboradores associarem a motivação como fator de maior rendimento e produtividade no ambiente de trabalho. Com isso, 90,9% dos colaboradores afirmaram que sim, acreditam que estarem motivados apresentarão um maior rendimento. Apenas 9,1% dizem que em partes.

Analisando os dados obtidos, tivemos os seguintes resultados:

O maior percentual dos colaboradores (45,5%) acha regular o nível de satisfação em trabalhar na empresa, sendo que o segundo maior percentual (27,3) se manifestaram insatisfeito. Já em relação a exercer a função, 36,6% dos colaboradores acham regular o nível de satisfação, mesmo percentual que se consideram satisfeito e somente 18,2% que se consideram insatisfeito. Em síntese, embora uma grande parte não se sinta satisfeito em trabalhar na empresa, ainda assim, gostam da função que exercem.

Em níveis de motivação, numa escala de 1 a 5, a maioria atribuiu nota 3, somando 45,5% dos colaboradores. E nenhum atribuiu nota 5, que indicaria o nível máximo de motivação. Os mesmos ainda citaram que os fatores que mais contribuem para que eles se sintam motivados são o reconhecimento (63,3%) e a boa relação com os colegas no ambiente de trabalho (36,4%). Em contra partida, os fatores mais citados por eles que contribuem para que se sintam desmotivados são as críticas e baixa remuneração, ambos com 45,5%.

E por fim, a maioria dos colaboradores (90,9%), afirmam que seu rendimento e produtividade aumentam quando se sentem motivados no ambiente de trabalho.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observando os aspectos mencionados nesse presente artigo, podemos entender a importância da motivação no ambiente de trabalho. Como o cenário organizacional pode mudar em virtude de um colaborador motivado, aumentando seu rendimento no trabalho e proporcionando uma maior produtividade.

Tivemos a oportunidade também de enxergar os vários fatores que contribuem para que o colaborador se sinta motivado, como também os fatores contrários, que diminuem a motivação do colaborador e por consequência resulta em uma menor eficiência no ambiente organizacional. Na ocasião, concluímos que o reconhecimento e a boa relação com os colegas de trabalho são os dois fatores essenciais que mais contribuem para que os colaboradores da empresa em questão se sintam motivados, e assim, se sintam mais impulsionados a exercerem suas atividades com maior eficiência. Onde os mesmo julgam serem mais produtivos quando se sentem motivados.

Dado o exposto, ainda foi possível entender que as críticas e a baixa remuneração são os dois fatores que mais deixam os colaboradores desmotivados.

Por todos esses aspectos, de forma geral, entendemos que a motivação no ambiente de trabalho pode mudar o cenário de uma organização, tais como a observação e o estudo dos fatores motivacionais são de suma importância para a melhoria organizacional. Entender cada indivíduo em seus anseios e desejos dentro da organização é necessário para que se possa implementar recursos suficientes para que a jornada de trabalho de cada colaborador não seja um fardo, mas seja um ambiente agradável e prazeroso.

Por fim, equilibrar a satisfação em fazer parte de uma organização com a satisfação em exercer as atividades atribuídas, agregando aos fatores motivacionais como um todo, é um dos pilares mais importantes para a ascensão de uma empresa, através da força inspiradora motivacional que impulsionam para a realização das atividades, da parte dos colaboradores, atingindo assim resultados com maior rendimento e produtividade.

REFERÊNCIAS

- ALVES, Luisa Helena Silva. **A motivação e o comprometimento com a organização**. 2009. Universidade Candido Mendes Instituto, Uberaba-MG, 2009.
- BARBARA. Prodig: **7 Fatores para Motivar as Pessoas no Ambiente de Trabalho**. Disponível em: <https://endomarketing.tv/motivar-as-peopleas/>. Acesso em: 30 Set. 2020.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Gerenciando com as Pessoas: Transformando o executivo em um excelente gestor de pessoas**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Gerenciando pessoas**. 3 ed. São Paulo: Makron Books, 1994.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Gerenciando pessoas: como transformar os gerentes em gestores de pessoas**. 4. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.
- COACHING, IBC. **A diferença entre motivação intrínseca e extrínseca**. Disponível em: <https://www.ibccoaching.com.br/portal/lideranca-e-motivacao/a-diferenca-entre-motivacao-intrinseca-e-extrinseca/>. Acesso em: 14 Out. 2020.
- COSTA, Paula Cristina. **Motivação no Trabalho**. Disponível em: <https://www.rhportal.com.br/artigos-rh/motivacao-no-trabalho-2/>. Acesso em: 08 Ago. 2020.
- DECI, E. L. & RYAN, R. M. (1985). **Intrinsic motivation and self-determination in human behavior**. New York: Plenum Press.
- Ferguson, E. D. (1976). **Motivation: an experimental approach**. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- FERREIRA, A. B. de H. **Dicionário Aurélio**. 3. ed., revista e ampliada. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1999.
- GIL, Antonio Carlos. **Gestão de Pessoas: Enfoque nos Papéis Profissionais**. São Paulo: Atlas, 2007.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- GYMPASS. **Falta de motivação no trabalho: um retrato do mercado brasileiro**. Disponível em: <https://blog.gympass.com/falta-de-motivacao-no-trabalho-mercado-brasileiro/>. Acesso em: 14 Out. 2020.
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia Científica**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- ROBBINS, Stephen P. **Comportamento Organizacional**. 11. ed. Rio de Janeiro: Prentice Hall, 2005.
- RYAN, R.M.; DECI, E.L. **Intrinsic and extrinsic motivations: classic definitions and new directions**. Contemporary Educational Psychology, New York, v.25, n.1, p.54-67, 2000.

SPECTOR, Paul E. **Psicologia nas organizações**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

STEERS, R.; PORTER, L. W.; RICHARD, M. **Motivação**. Nova York: McGrawHill, 2003.

VERNON, M. D. (1973). **Motivação humana**. Tradução de L. C. Lucchetti. Petrópolis: Vozes. (trabalho original publicado em 1969).